BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bab IV mengenai pengaruh *display* toko dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan konsumen terhadap *display* toko di Surf Inc Bandung tergolong cukup menarik, *windows display*, dan *exterior display* dinilai cukup menarik. karena penyusunan barang yang rapih pada bagian depan toko membuat konsumen yang melihat menjadi tertarik, Surf Inc Bandung memasang poster-poster di dalam toko yang berhubungan dengan *fashion* saat ini, sehingga akan menjadi ide tersendiri untuk konsumen dalam mencari produk-produk keluaran terbaru, barang yang dipajang diluar saat obral pun merupakan barang keluaran terbaru, sehingga konsumen tertarik. Namun terdapat kelemahan pada *interior display* karena Surf Inc kurang memperhatikan penyusunan barang atau baju berdasarkan ukuran dan berdasarkan baju yang terupdate.
2. Gaya hidup konsumen Surf Inc Bandung tergolong Cukup Tinggi karena Surf Inc sudah terkenal dengan merek produknya seperti ripcurl, billabong, dan lain-lain. Mementingkan kualitas daripada harga, karena Surf Inc selalu memasok pakaian yang berkualitas baik itu dari segi bahan, maupun memilih pemasok, tentu pelabelan produknya pun tidak diragukan. Namun pada indikator *opinion* menunjukan kriteria terendah dibandingkan dengan

indikator lainnya yaitu *Activities,* dan *interest.* Hal ini dikarenakan produk Surf Inc cenderung sedikit mahal di mata konsumen.

3. Pembelian impulsif konsumen Surf Inc Bandung termasuk cukup Impulsif . Skor tertinggi terdapat pada indikator *cognitive* sedangkan yang terendah pada *affective.* Hal ini dikarenakan Surf Inc Bandung selalu melakukan strategi agar terjadi pembelian yang direncanakan maupun pembelian yang tidak direncanakan, dengan cara penataan *display* yang menarik, mengadakan diskon di waktu tertentu, juga menyesuaikan produknya dengan *trend* yang ada.
4. *Display* toko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. Dari kedua variabel tersebut, gaya hidup memberikan pengaruh paling besar terhadap pembelian impulsif dan diikuti oleh variabel *display* toko dimana pengaruh keduanya signifikan.

5.2 Saran

Saran yang dapat dijadikan masukan dan kritik dari penulis kepada pihak Surf Inc Bandung yaitu:

1. Meskipun tanggapan konsumen terhadap *display* toko di Surf Inc Bandung sudah di nilai cukup baik, tetapi tidak ada salahnya apabila Surf Inc Bandung lebih memperhatikan *interior display* dalam menyusun produk atau baju berdasarkan ukuran, dan baju yang terupdate.
2. Gaya hidup di Surf Inc Bandung dinilai cukup tinggi, namun lebih diperhatikan pada *Opinion* yaitu dimana konsumen menyukai produk yang harganya terjangkau, Pihak Surf Inc perlu mempertimbangkan harga produk.
3. Pembelin impulsif pada konsumen Surf Inc Bandung sudah di nilai cukup impulsif , namun dari segi *Affective* alangkah baiknya diperhatikan pada perilaku konsumen yang sering membeli secara spontan dan melakukan pembelian dalam keadaan mendesak, misalnya sering mengadakan obral pada saat liburan, hari-hari tertentu maupun pada hari-hari besar serta lebih *up to date* lagi dibandingkan dengan *distro-distro* lainnya.

4. Pengaruh *display* toko dan gaya hidup pada konsumen Surf Inc Bandung yaitu kedua variabel tersebut secara parsial, gaya hidup memberikan pengaruh paling besar terhadap pembelian impulsif dan diikuti oleh variabel *display* toko dimana pengaruh keduanya signifikan. Sedangkan suasana toko maupun barang yang ditawarkan oleh *sales promotion girl* merupakan faktor lain yang tidak diteliti dan mempengaruhi. Untuk menanggapi hal ini alangkah baiknya pihak *distro,* lebih memperhatikan kebutuhan konsumen seperti tempat yang nyaman, fasilitas

yang tersedia, maupun barang yang dijual dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang terjamin. Serta, Surf Inc Bandung alangkah baiknya memperhatikan penataan barang atau *display* toko, terutama penyusunan dan kerapihan barang maupun gambar-gambar yang dipajang di etalase depan maupun di dalam toko karena berpengaruh lemah terhadap pembelian impulsif dibandingkan dengan gaya hidup yang berpengaruh sangat tinggi terhadap pembelian impulsif.